

Universidade Federal do Paraná 

ESPECIALIZAÇÃO EM CONTABILIDADE E FINANÇAS
CECF / 2003

IMPLANTAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA OU
CONDUTA ÉTICA NAS EMPRESAS.

Monografia elaborada pela aluna **Rosemir Roker da Silva Martins** como exigência para conclusão do curso de **Especialização em Contabilidade e Finanças / 2003** da Universidade Federal do Paraná, sob orientação do Prof. Dr. Lauro Brito de Almeida.

Dedico esse trabalho ao meu esposo
Arnaldo e às minhas filhas *Camila* e
Leticia.

AGRADECIMENTOS

A minha família, pelo apoio que sempre me foi dado, especialmente à minha irmã *Rosely*, por toda ajuda e incentivo no decorrer deste período. Agradeço também, pelo incentivo e apoio, às minhas amigas *Lires*, *Cristiane*, *Melissa* e *Isabel*, as quais sempre estiveram prontas a me ajudar nos momentos de dificuldade.

SUMÁRIO

RESUMO	03
1) – INTRODUÇÃO	04
1.1 Situação problema	05
1.2 Objetivos do estudo	08
1.3 Justificativa	09
1.4 Metodologia aplicada	09
2) – A IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE ÉTICA	10
2.1 Conceito do Código de Ética	10
2.2 Conteúdo do código de Ética	11
2.3 Vantagens da Implantação do Código de Ética	12
3) – CONDUTA ÉTICA	13
3.1 Virtudes Básicas Profissionais	14
3.1.1 Zelo-Importantíssima Virtude na Execução da Tarefa Profissional	15
3.1.2 Honestidade, virtude magna no Campo Profissional	16
3.1.3 Virtude do Sigilo	18
3.1.4 Virtudes Complementares Profissionais	18
3.1.5 Ética do Coleguismo	19
3.1.6 Ética e Revide	19
4) – ALGUMAS RAZÕES PARA A EMPRESA SER ÉTICA	20
5) – ÉTICA.....	23
5.1 História sobre a Ética	23
5.2 Definição de Ética	23
5.3 A Evolução do Conceito de Ética nos Negócios e nas Empresas.	24
5.3.1 – Década de 60	25
5.3.2 – Década de 60/70	25

5.3.3 – Década de 70	25
5.3.4 – Década de 80	26
5.3.5 – Década de 80/90	26
5.3.6– Fim do Milênio	27
5.3.7 – Ética Empresarial na América Latina	28
5.3.8 – Ética Empresarial no Brasil	28
5.4 Os Dilemas da Ética	29
5.4.1 – Medo ou Confiança?	29
5.4.2 – Ética, Responsabilidade e as Palavras	29
5.4.3 – Ser um Profissional Ético	30
5.4.4 – O que Fazer em Situações Duvidosas?	33
6) – CONCLUSÃO	34
BIBLIOGRAFIA	38
ANEXOS	
Anexo A – Código de Ética – Banco Itaú S.A.	41
Anexo B – Código de Ética do Sistema Petrobrás	50

RESUMO

Este trabalho desenvolve-se a partir da verificação das necessidades de externar a importância da *conduta ética* nos processos de administração das empresas, avaliar as vantagens para as organizações em manter uma postura ética e disseminando entre os colaboradores, gestores e parceiros de negócio o processo de ética e a implantação do *código de ética* e ingressar na cultura empresarial essa postura.

Num mercado globalizado onde a competição por fatias maiores de mercado e a incessante busca de resultados positivos, para a organização e acionistas, muitas vezes a *questão ética* não é observada.

Com este trabalho o que pretendemos mostrar através da metodologia de pesquisa, como se agir com *postura ética* e aproveitar desta conduta e aumentar as vantagens competitivas para a organização.

Há diversos fatores que desestimulam, principalmente pequenas e médias empresas, a implantação de um *código de ética* ou mesmo uma *conduta ética*, como: restrições financeiras, limitação do mercado de atuação, fatores culturais enraizados na administração, entre outros.

Com este trabalho mostramos as vantagens e as várias maneiras de se tirar proveito do processo de *implantação da ética*.

Baseado nessas premissas, traduzimos alguns conceitos e fizemos um paralelo dos *fundamentos éticos* já implantados e adotados em grandes empresas e podemos observar que há diversos pontos que podem ser transportados á pequenas e médias empresas e inseri-los neste contexto de *ética*.

1. INTRODUÇÃO.

Desde a infância, estamos sujeitos à influência de nosso meio social, por intermédio da família, da escola, dos amigos, dos meios de comunicação de massa. As palavras: ética e moral indicam costumes acumulados, - conjunto de normas e valores dos grupos sociais em um contexto. É o aspecto social da moral se manifestando e, mesmo ao nascer, o homem já se defronta com um conjunto de regras, normas e valores aceitos em seu grupo social.

A moral, porém, não se reduz apenas a seu aspecto social, pois a medida que desenvolvemos nossa reflexão crítica passamos a questionar os valores herdados, para então decidir se aceitamos ou não as normas. A decisão de acatar uma determinada norma é sempre fruto de uma reflexão pessoal consciente, que pode ser chamada de interiorização.

É essa interiorização das normas que qualifica um ato como sendo moral. Por exemplo: existe uma norma no código de trânsito que nos proíbe de buzinar diante de um hospital. Podemos cumpri-la por razões íntimas, pela consciência de que os doentes sofrem com isso. Nesse caso houve a interiorização da norma e o ato é um ato moral. Mas, se apenas seguimos a norma por medo das punições previstas pelo código de trânsito, não houve o processo de interiorização e meu ato escapa do campo moral.

Conforme afirmações anteriores, dizemos que a Ética não se confunde com a moral. A moral é a regulação dos valores e comportamentos considerados legítimos por uma determinada sociedade, um povo, uma religião, certa tradição cultural, etc. Há morais específicas, também, em grupos sociais mais restritos: uma instituição, um partido político... Há, portanto, muitas e diversas morais.

Isto significa dizer que a moral é um fenômeno social particular que não tem compromisso com a universalidade, isto é, com o que é válido e de direito para todos os homens. Exceto quando atacada: justifica-se dizendo universal, supostamente válida para todos. Mas, então, todas e quaisquer normas morais são legítimas? Não deveria existir alguma forma de julgamento da validade das morais? Existe, e essa forma é o que chamamos de *ética*.

A ética é uma reflexão crítica sobre a moralidade, mas ela não é puramente teoria. A ética é um conjunto de princípios e disposições voltados para a ação, historicamente produzidos, cujo objetivo é balizar as ações humanas. A ética existe como uma referência para os seres humanos em sociedade, de modo tal que a sociedade possa se tornar cada vez mais humana.

A ética pode e deve ser incorporada pelos indivíduos, sob a forma de uma atitude diante da vida cotidiana, capaz de julgar criticamente os apelos a críticos da moral vigente. Mas a ética, tanto quanto a moral, não é um conjunto de verdades fixas, imutáveis. A ética se move, historicamente, se amplia e se adensa. Para entendermos como isso acontece na história da humanidade, basta lembrarmos que, um dia, a escravidão foi considerada "natural".

Entre a moral e a ética há uma tensão permanente: a ação moral busca uma compreensão e uma justificação crítica universal, e a ética, por sua vez, exerce uma permanente vigilância crítica sobre a moral, para reforçá-la ou transformá-la.

1.1. SITUAÇÃO PROBLEMA

Porque deparamos com dificuldades na hora de implantar um Código de Ética ou mesmo resgatar princípios de Conduta Ética, principalmente nas pequenas e médias Empresas?

A Ética não é algo superposto à conduta humana, pois todas as nossas atividades envolvem uma carga moral. Idéias sobre o bem e o mal, o que é certo e o errado, o permitido e o proibido definem a nossa realidade. Em nossas relações cotidianas estamos sempre diante de problemas do tipo: Devo sempre dizer a verdade ou existem ocasiões em que posso mentir? Será que é correto tomar tal atitude?

Essas perguntas nos colocam diante de problemas práticos, que aparecem nas relações entre as pessoas. São problemas cujas soluções, via de regra, não envolvem apenas a pessoa que os propõe, mas também outras pessoas que poderão sofrer as conseqüências das decisões e ações. Muitas vezes saber o que fazer não significa necessariamente saber como fazer, e para isso precisamos empenhar a mente racional nesse processo, para conhecermos o bem e sabermos como produzi-lo, ou por outro lado, sabermos também como evitar o erro e suas conseqüências negativas.

Nos deparamos em alguns momentos com este problema nas organizações, diante disso podemos nos questionar até que ponto a influência da ética pode afetar a organização? A Ética é ainda indispensável ao profissional, porque na ação humana “O Fazer” e o “Agir”, estão interligados. O fazer diz respeito à competência, a eficiência que todo profissional deve possuir para exercer bem sua profissão. O agir se refere à conduta do profissional, ao conjunto de atitudes que deve assumir no desempenho de sua profissão.

A empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a Ética, a conduta ética de seus integrantes, bem como os valores e convicções primários da organização se tornem parte de sua cultura.

Cabe lembrar ainda que por mais perfeito que seja um programa de ética profissional implantado em uma empresa, ele nunca funcionará se os dirigentes da organização não derem o exemplo de boa cultura e conduta. A criação de um código com a participação de todos os níveis da organização é um bom início, treinamento para a aceitação dos valores do código, e, neste caso, para que funcione efetivamente deve ser transmitido pela alta administração aos demais, pois o compromisso com o código de ética como um todo deve valer também para os chefes, que serão avaliados como qualquer funcionário.

Os gerentes devem assumir a condição de educadores e como tal ser um exemplo de valores e atitudes Éticas inspirando seu comportamento efetivo os seus colaboradores. Precisamos conscientizar a todos à importância de manter a Ética dentro das Organizações.

Poucos assuntos têm sido tão discutidos nas empresas do mundo inteiro quanto a **ética corporativa**.

Neste contexto, a ética é definida como transparência nas relações e preocupação com o impacto das suas atividades na sociedade e vem sendo vista como uma espécie de requisito para a sobrevivência das empresas no mundo moderno.

Um fato relevante que se pode questionar quanto à ética é: *"por que se percebe tanta diferença entre o discurso das pessoas e a prática, quando se trata da ética?"* O fato é que o discurso, por transpor as idéias, é mais fácil de se alterar do que a prática, que está sujeita a atritos e obstáculos. E além disso, é que o discurso está dissociado da prática. E mais, os valores da sociedade mudam com o tempo, e com consequência disto, as empresas têm de mudar as suas práticas.

O lado bom do discurso ético é a apropriação da exigência de transparência e correção. Devido às mutações do mercado, às vezes, as empresas se comportam da maneira como anda o mercado, porém como a empresa é uma comunidade de pessoas, muitas vezes os valores existentes lá fora são internalizados e mobilizam a direção da ética corporativa.

Atualmente, as empresas estão fazendo de tudo para se destacar diante de suas concorrente e uma forma é através da ética. A conclusão disto é que as empresas responsáveis são as que aplicam a ética nos processos e nas decisões de negócios. E não apenas nisto, a ética está cada vez mais presente nas metas de cada executivo, impactando diretamente no seu bônus.

Muitos exemplos poderiam ser citados de empresas que estão começando a valorizar e a alertar seus funcionários sobre a ética. Algumas empresas já implantaram

inclusive um **comitê de ética**, o qual se destina à proteção da imagem da companhia. E não é apenas à proteção a imagem que a ética preserva, pois quando os funcionários vivem em um ambiente ético, a transparência ajuda a diminuir a ineficiência de falta de informação e a confiança presente consegue também abaixar os custos de controle.

Com isso as empresas estão se questionando: *"se dá resultado ser ético, então porque não são todos éticos?"*. Uma possível explicação para isto é dada pela Teoria dos Jogos, em que a melhor situação para a coletividade é que todos os jogadores sejam éticos, mas o maior lucro individual é obtido quando os outros crêem que somos responsáveis ao mesmo tempo em que agimos com oportunismo. Nota-se que este modelo reflete-se na realidade, pois o comportamento ético é contaminante.

Contudo, a resposta que se pode dar a pergunta acima é: A dificuldade que nos deparamos na hora de implantar um Código de Ética ou mesmo uma Conduta Ética é que geralmente esta gera dúvidas, ou seja, decisões éticas são, por princípio dilemas, pois no mundo dos negócios, eles são complicados pelo fato de que os benefícios da conduta ética são em geral intangíveis, e os custos, imediatos. Uma empresa só vai ter comportamento ético se o grupo controlador aceitar que seus valores, baseados em honestidade, verdade e justiça, podem levar a algumas perdas, mas em contrapartida, agir corretamente contribui para multiplicar as oportunidades de construir uma carreira sólida e permite realizar negociações num ambiente de confiança, o que é vital para obter resultados mais produtivos e mutuamente vantajosos para todas as partes.

1.2. OBJETIVOS DO ESTUDO

O nosso objetivo com este estudo é conscientizar a importância de uma *conduta ética* ou mesmo a *implantação de um código de ética* nas organizações, pois a cada dia que passa a ética tem mostrado ser um dos caminhos para a lucratividade, para o sucesso e para o bem comum, agregando valor material e moral ao patrimônio da organização. A implantação do Código de Ética ou Conduta Ética nas pequenas e médias empresas é de grande importância para o seu desenvolvimento, uma vez que a maioria das grandes empresas já possui seu código de ética.

1.3. JUSTIFICATIVA

Tem se falado muito em ética, não só no Brasil como em vários países; e devido a grande necessidade e importância, decidimos falar um pouco sobre a ética nas empresas, a qual tem sido um dos principais reguladores do desenvolvimento empresarial nos dias de hoje. Passando por um ambiente amplo, a inexistência da ética, ou seja, sem a referência a princípios humanitários fundamentais comuns a todos os povos, nações, religiões, etc., a humanidade já teria se auto destruído e conseqüentemente, as organizações com ela.

Diante do exposto, decidimos falar sobre princípios de uma conduta ética ou a implantação de um código de ética, pois em toda a organização isto traz benefícios recíprocos a quem pratica e a quem recebe o fruto do trabalho, também exige, nessas relações, a preservação de uma conduta condizente com os princípios éticos específicos.

A consideração ética também se analisa do ponto de vista da necessidade de uma conduta de efeitos amplos, globais, mesmo diante de organizações empresariais que possuem tradições e costumes diferentes.

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 80, com a redução das hierarquias e a conseqüente autonomia dada às pessoas. Hoje, mais do que nunca, a atitude dos profissionais em relação às questões éticas pode ser a diferença entre o sucesso e o seu fracasso.

1.4. MÉTODO.

Para a elaboração deste trabalho, efetuamos uma ampla pesquisa através de livros, revistas, jornais e códigos de ética, aonde coletamos diversos dados.

Os tipos de pesquisas efetuadas foram: **quanto aos fins**, pesquisas explicativas, justificando os motivos da importância da implantação de um código de ética ou mesmo uma conduta ética, principalmente nas pequenas e médias empresas; **e quanto aos meios** foi bibliográficos, pois foi com base em materiais acessíveis ao público em geral.

Após coletado todos os dados, foram tratados de maneira crítica, sendo extraídos as informações mais importantes e concretas que fundamentem o tema problema citado anteriormente.

2. IMPORTÂNCIA DO CÓDIGO DE ÉTICA.

Os motivos pelos quais muitos empresários estão implantando Códigos de Conduta Ética nas empresas são a melhora na imagem do negócio, e porque isto agrega valor, como também cria vínculos de aceitação e colaboração mútua entre os colaboradores.¹

2.1 CONCEITO DO CÓDIGO DE ÉTICA

O Código de Ética é um instrumento de realização dos princípios, visão e missão da empresa. Serve para orientar as ações de seus colaboradores e explicitar a postura social da empresa em face dos diferentes públicos com os quais interage. É da máxima importância que seu conteúdo seja refletido nas atitudes das pessoas a que se dirige e encontre respaldo na alta administração da empresa, que tanto quanto o último empregado contratado tem a responsabilidade de vivenciá-lo.

Para definir sua ética, sua forma de atuar no mercado, cada empresa precisa saber o que deseja fazer e o que espera de cada um dos funcionários /colaboradores. As empresas, assim como as pessoas têm características próprias e singulares, e é por essa razão os códigos de ética devem ser concebidos por cada empresa que deseja dispor desse instrumento.

¹ Revista Exame – 14 de Maio de 2003.

Vale ressaltar que Códigos de Ética de outras empresas podem servir de referência, mas não servem para expressar a vontade e a cultura da empresa, que pretende implantá-lo. Este fator é extremamente relevante, pois fiz pesquisa nos Códigos de Ética do Banco Itaú, Banco HSBC, Volvo, e outras grandes companhias, e em nenhum dos casos tínhamos regras similares, pois cada empresa é única em sua forma de reger seus princípios e valor.

O próprio processo de implantação do Código de Ética cria um mecanismo de sensibilização de todos os interessados, pela reflexão e troca de idéias que supõe.

2.2 CONTEÚDO DO CÓDIGO DE ÉTICA

O conteúdo do **Código de Ética** é formado por um conjunto de políticas e práticas específicas, abrangendo todos campos possíveis. Este material é reunido em um relatório de fácil compreensão para que possa circular adequadamente entre todos os interessados. Uma vez aprimorado com sugestões e críticas de todos os envolvidos, o relatório dará origem a um documento que servirá como parâmetro para determinados comportamentos, tornando claras as responsabilidades de cada um. Depois de determinadas as assertivas, essas serão reunidas e aproveitadas para a criação de um **Código de Ética**.

Várias organizações têm optado por definir com clareza, no código, ações disciplinares em casos de violação dos artigos. Muitas vezes o descumprimento das determinações contidas no Código de Ética podem ser passíveis de punições já previstas nas legislações trabalhistas, de responsabilidade civil, penal, e outras.

Entre os inúmeros tópicos abordados em Códigos de Ética, predominam alguns como respeito às leis do país, conflitos de interesse, proteção do patrimônio da instituição, transparência nas comunicações internas e com os *stakeholders* da organização, denúncia, prática de suborno e corrupção em geral.

As relações com os funcionários, desde o processo de contratação, desenvolvimento profissional, lealdade entre os funcionários, respeito entre chefes e subordinados, saúde e segurança, comportamento da empresa nas demissões, entretenimento e viagem, propriedade da informação, assédio profissional e sexual, alcoolismo, uso de drogas, entre outros, são aspectos que costumam ser abordados em todos os códigos.

O Código também pode envolver situações de relacionamento entre clientes, fornecedores, acionistas e investidores, concorrentes, e mídia. O Código de Ética pode estabelecer condutas de responsabilidade social, respeito à legislação, eventual conduta restritiva, bem como estimular a melhoria dos parceiros visando um crescimento profissional e mercadológico conjunto. Também pode fazer referência à participação da empresa na comunidade, dando diretrizes sobre as relações com os sindicatos, outros órgãos da esfera pública, relações com o governo, entre outras.

Portanto, conclui-se que o Código de Ética se fundamenta em deveres para com os colegas, clientes, profissão, sociedade e para consigo próprio.

Um aspecto extremamente atual que tem sido levantado quando da constituição de um Código de Ética é o da privacidade de informações, que atinge particularmente funcionários, fornecedores e consumidores.

2.3 VANTAGENS DA IMPLANTAÇÃO DO CÓDIGO DE ÉTICA

O Código de Ética de uma instituição seja ela qual for, teoricamente só pode ser vantajoso para os seus vários públicos com os quais interage, até mesmo porque fortalece a imagem da organização.

Enquanto muitos executivos apenas vêem o Código como um modismo, capaz de capitalizar benefícios ou dividendos, outros, tem se desdobrado para criar um instrumento

genuíno, com adesão voluntária de todos os integrantes da organização, incorporando de maneira natural e profissional os princípios éticos da instituição.

A adoção de um Código de Ética é uma ótima oportunidade de aumentar a integração entre os funcionários da empresa e estimular o comprometimento deles. Ademais, esse permite a uniformização de critérios na empresa, dando respaldo para aqueles que devem tomar decisões, como também serve de parâmetro para a solução dos conflitos. Protege, de um lado, o trabalhador que se apóia na cultura da empresa refletida nas disposições do código. De outro lado, serve de respaldo para a empresa, por ocasião da solução de problemas de desvio de conduta de algum colaborador, acionista, fornecedor, ou outros.

O Código costuma trazer para a empresa harmonia, ordem transparência, tranquilidade, em razão dos referenciais que cria, deixando um lastro decorrente do cumprimento de sua missão e de seus compromissos.

É absolutamente imprescindível que haja **consistência e coerência** entre o que está disposto no Código de Ética e o que se vive na organização. Caso contrário, ficaria claramente identificado uma falsidade que desfaz toda a imagem que a empresa pretende transmitir ao seu público. Essa é a grande desvantagem do Código de Ética.

Há, ainda, aqueles que consideram desnecessária a implantação do Código de Ética, pois a relacionam (a ética) como patrimônio do individual, e que cada um a utiliza como quiser.

3. CONDUTA ÉTICA

A conduta ética não é um procedimento prático, e fácil de se diagnosticar. Ela se aplica as infinitas situações, que podem ocorrer no trabalho ou no próprio ambiente familiar, e são essenciais para manter uma melhor relação comunitária e de negócios.

Portanto, o que se espera das empresas quanto a sua conduta ética vai muito além do simples cumprimento da lei, mesmo porque, pode haver leis que sejam antiéticas ou imorais.

O que importa é que os homens de negócios sejam bem formados, que os profissionais sejam treinados, pois o cerne da questão está na formação pessoal. Caso contrário, a implantação do Código de Ética será inócua.

As questões éticas devem se trabalhadas em todos os níveis da atividade empresarial. A ética empresarial envolve as regras básicas de comportamento, tanto a níveis de colaboradores, como a de gestor e dos dirigentes da empresa.

E é através da ética profissional que estamos tentando melhorar o clima organizacional. Assim esperamos que todos tomem consciência para a necessidade de terem um comportamento fundamentado a ética.

Através de pesquisa em vários livros que abordam sobre o assunto “Ética”, podemos citar um texto, que em meu ponto de vista é de extrema importância, sobre as virtudes básicas profissionais.

3.1) -VIRTUDES BASICAS PROFISSIONAIS

“Muitas são as virtudes que um profissional precisa ter para que desenvolva com eficácia seu trabalho. Em verdade, múltiplas exigências existem, mas entre elas, destacam-se algumas, básicas, sem as quais se impossibilita a consecução do êxito moral”.

Quase sempre, na maioria dos casos, o sucesso profissional se faz acompanhar de condutas fundamentais corretas. Tais virtudes básicas são comuns a quase todas as profissões, mas destacam-se, ainda mais, naquelas de natureza liberal.

Virtudes básicas profissionais são aquelas indispensáveis, sem as quais não se consegue a realização de um exercício ético competente, seja qual for a natureza do serviço prestado.

Tais virtudes devem formar a consciência ética estrutural, os alicerces do caráter e, em conjunto, habilitarem o profissional ao êxito em seu desempenho.

3.1.1 - ZELO - IMPORTANTÍSSIMA VIRTUDE NA EXECUÇÃO DA TAREFA PROFISSIONAL:

Um trabalho continua sempre presente, ainda quando falta aquele que o produziu. O que fazemos, pois, representa-nos, mesmo em nossa ausência.

Por um dever para consigo mesmo, o profissional deve cuidar de realizar sua tarefa com a maior perfeição possível, para a produção favorável de sua própria imagem.

O zelo ou cuidado com o que se faz, começa, portanto, com uma responsabilidade individual, ou seja, fundamentada na relação entre o sujeito e o objeto de trabalho.

Marco Aurélio, na antigüidade clássica, já advertia, escrevendo sobre a questão: "*O homem comum é exigente com os outros; o homem superior é exigente consigo mesmo.*"²

O zelo é uma virtude que, como as demais, muito depende do próprio ser. Pela qualidade do serviço mede-se a qualidade do profissional.

Quem busca a utilidade, profissionalmente, pratica o zelo e quem pratica o zelo produz a utilidade.

² Sá, Antonio Lopes de, *Ética Profissional* – 4ª ed. – São Paulo : Atlas 2001 – pág. 176

3.1.2 HONESTIDADE, VIRTUDE MAGNA NO CAMPO PROFISSIONAL.

Se algo é confiado a alguém, seja o que for, passa a requerer a fiel guarda, a lealdade, a sinceridade e um propósito firme de intransigente probidade. Tudo isto se consubstancia no respeito para com o que é de terceiros, como tributo à confiança que é depositada; tais atos, quando praticados no campo da virtude, caracterizam a honestidade.

Sob esse aspecto a honestidade situa-se como uma compatível prática do bem com a confiança depositada por terceiros em alguém.

A desonestidade, por sua vez, é exatamente a transgressão ao direito de terceiros, derivada dos: abuso de confiança, indução maliciosa, arbitrariedade, pressão ou outro fator que venha a trair ou a subtrair algo que tenha sido confiado.

A vida em comum exige, pois, a probidade; nesse sentido é imprescindível que cada um tenha conhecimento dos limites de seus espaços e posses, em relação àqueles de seu semelhante.

E necessário ser honesto, parecer honesto e ter o ânimo de sê-lo para que exista a prática do respeito ao direito de nosso semelhante.

A honestidade é um princípio que não admite relatividade, ou seja, o indivíduo é ou não é honesto; não existe o relativamente honesto nem o aproximadamente honesto, tão como não existe uma honestidade adaptável a cada comportamento perante terceiros.

A própria sociedade termina por ter sempre reservas contra aqueles que praticaram atos desleais, desonestos, por abalo de confiança em suas atitudes e só muito esforço e o tempo podem reverter tal quadro.

Tal como a confiança, com a qual se relaciona diretamente, a honestidade é algo absoluto, notadamente no caso da ética profissional.

Não se trata de um costume, apenas, de um comportamento, mas de uma conduta que obriga ao respeito e à lealdade para com o bem de terceiros, em face de algo que, sendo entregue, criou uma expectativa de zelo por parte do depositante.

Finalmente, é preciso considerar a intenção honesta. No sentido ético, a intenção significa "*tender para*", no sentido de uma "*finalidade moral*".

Quando ocorre o inverso, ou seja, a "*intenção desonesta*", é preciso avaliar, também, sua dimensão. Ainda que não se efetue o ato, a intenção para o ato desonesto já é, por si só, uma transgressão ética.

O profissional honesto não tem intenção de prejudicar quem quer que seja, assim como não entra em conflito que possa gerar lesão a terceiros. Não pratica, também, a lealdade com o vicioso.

Conceitualmente, lealdade tem sido empregada como sinônimo de probidade e esta como sinônimo de honestidade. A deslealdade implica desonestidade e esta deslealdade, sendo difícil demarcar territórios de razões que limitam tais conceitos, mas entendo também que não se podem confundir. O honesto exige que se seja leal e o leal consagra a honestidade, mas em sentido apenas relativo.

Embora a lealdade seja condição essencial para a prática honesta e até possa ser tomada como sinônimo de honestidade, esta representa um conceito de maior amplitude, que envolve outros deveres. Um ser pode ser leal com um ladrão; será honesto perante o ladrão, mas desonesto em relação a terceiros, pela conivência ativa ou passiva no ato vicioso.

Portanto, a lealdade a qual nos referimos em todo o texto refere-se àquela que ocorre em atos éticos, jamais aquela que simplesmente deflui de uma fidelidade e cumplicidade com atos viciosos.

3.1.3 - VIRTUDE DO SIGILO.

Revelar o que se sabe, quando a respeito do conhecido, quem o confiou, pediu reserva, é quebra de sigilo.

O respeito aos segredos das pessoas, dos negócios, das instituições, é protegido legalmente, pois se trata de algo muito importante; eticamente, o sigilo assume o papel de algo que é confiado e cuja preservação de silêncio é obrigatória.

Nem tudo é objeto de sigilo, mas preferível será sempre que o profissional se reserve quanto a tudo o que sabe e que lhe é revelado pelo cliente ou que ele veio, a saber, por força da execução do trabalho.

Casos muito mais graves que os ocorridos involuntariamente são os que se processam com a intenção de tirar proveito próprio. O rompimento de sigilos nas áreas tributária, societária, de pesquisas em curso etc. A infração ética, nesses casos, é notória.

3.1.4 - VIRTUDES COMPLEMENTARES PROFISSIONAIS.

Além das virtudes básicas ou imprescindíveis a uma conduta eficaz fundamental, diversas outras, também, se fazem necessárias para que se alcance uma posição integral, no campo da convivência profissional.

Existem, pois, ampliações das virtudes básicas, como derivações delas e outras adicionais que completam ou complementam o fundamental.

Portanto, são complementares as virtudes que completam o valor da ação do profissional e ampliam as virtudes básicas, sendo, a transgressão delas, infração e perda da qualidade ética. Elas não são dispensáveis sob nenhum pretexto e só se classificam como complementares porque representam uma derivação importante na dilatação das virtudes básicas, notadamente daquelas do zelo e da honestidade.

3.1.5 - ÉTICA DO COLEGUISMO.

O colega de profissão, pois, é aquela pessoa conosco identificada pela prática de um mesmo conhecimento, sujeita aos mesmos problemas e às mesmas alegrias, decorrentes do êxito, da eficácia no mesmo desempenho.

Eticamente faz-se necessário exercer a virtude do coleguismo e que se fundamenta na fraternidade profissional, com absoluta solidariedade, desde, também, que esta se exerça dentro dos preceitos da moral e do direito.

Isto exige que nos interessemos pelos problemas dos colegas como se fossem nossos e que tenhamos, para com eles, atitudes de lealdade, sinceridade, honestidade, cooperação, compreensão, tolerância, cordialidade.

Se observarmos desta forma, evitaremos ver, em nosso colega, um adversário, um concorrente, como é possível algumas vezes observar, infelizmente, quando ocorre desrespeito à Ética.

3.1.6 - ÉTICA E REVIDE.

Ao comportamento profissional não convêm revides ou vinganças em relação a atos que possam ser considerados como lesivos.

É natural, no regime de competição entre prestadores de serviços, no mercado de trabalho, que alguns problemas ocorram e que vícios do espírito, como os derivados da inveja, vaidade, orgulho, ambição, narcisismo, possam criar obstáculos.

Lamentavelmente, todavia, nem todas as civilizações, nem todas as classes, nem todos os profissionais, em todos os tempos, mantiveram ou mantêm tais formas de compreender o dever ético da prática do bem (este considerado como algo ideal por si mesmo).

Como a um mal imposto a terceiros um outro se tende a receber, a experiência mostra-nos que os melhores de todos os caminhos não são os que consistem em revidar, mas, sim aqueles que visam a proteger-nos, aumentando as condições de nosso valor próprio.

4. ALGUMAS RAZÕES PARA A EMPRESA SER ÉTICA.

O comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade. Ele é a única forma de obtenção de lucro com respaldo da moral. Esta impõe que a empresa aja com ética em todos os seus relacionamentos, especialmente com clientes, fornecedores, competidores e seu mercado, empregados, governo e público em geral.

Só a expectativa acima e sua qualificação como única forma moral de obter lucro já deveriam ser razões suficientes para que uma empresa se convencesse a agir com ética.

Uma empresa ética incorre em custos menores do que uma antiética. A empresa ética não faz pagamentos irregulares ou imorais, como subornos, compensações indevidas e outros. Exatamente por não fazê-los, ela consegue colocar em prática uma avaliação de desempenho de suas áreas operacionais, mais precisa do que a empresa antiética. Um exemplo da dificuldade de avaliar o desempenho quando não se age com ética está na

possibilidade de aceitação de desculpas de que uma venda não pôde ser realizada, porque o concorrente ofereceu suborno maior ao cliente.

Ao estabelecer como regra e praticar uma conduta ética, a empresa coloca-se em posição de exigir o mesmo de seus empregados e administradores. Desse modo, pode cobrar-lhes maior lealdade e dedicação. O ato de emprestar o seu trabalho a uma organização que age com ética constitui-se para o empregado em uma compensação abstrata, de valor incalculável.

A atuação com ética faz com que os direitos de terceiros sejam sempre respeitados pela empresa. Com isso, o lucro gerado para o acionista não fica sujeito a contingências futuras, como, por exemplo, condenações por procedimentos indevidos.

Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com clientes, quer com fornecedores, quer ainda, com sócios efetivos ou potenciais.

A prática da ética insere-se no rol dos deveres relativos à responsabilidade social dos agentes econômicos. Há um consenso entre juristas, filósofos, economistas, administradores, empresários e público em geral de que a empresa é responsável por ajudar a melhorar continuamente a sociedade da qual obtém lucro. Essa responsabilidade não é apenas material, mas também abstrata, consubstanciada na adoção e prática dos preceitos éticos.

Acreditamos que bons resultados profissionais e empresariais devem resultar de decisões morais ou éticas e que ter padrões éticos pode significar bons negócios a longo prazo.

O empresário que obtém um rápido ganho financeiro tirando vantagens de clientes, fornecedores ou funcionários pode acusar lucro a curto prazo, mas a confiança que perdeu no processo jamais será restaurada em suas relações de negócios. O cliente desapontado passará a consumir os produtos da concorrência assim que aparecer uma oportunidade.

Falhas éticas "arranham" a imagem da empresa e as levam a perder clientes e fornecedores importantes, dificultando o estabelecimento de parcerias, pois na hora de dar

as mãos, além de levantar as afinidades culturais e comerciais, às empresas também verificam se existe compatibilidade ética entre elas. Recuperar a imagem de uma empresa é tarefa muito difícil. Quando uma companhia age corretamente, o tempo de vida do fato na memória do público é de cinco minutos, mas a lembrança de uma transgressão à ética pode durar cinquenta anos. A percepção do público tem um impacto direto sobre os lucros da empresa e a empresa que quiser competir com sucesso nos mercados nacional e mundial, terá que manter uma sólida reputação de comportamento ético.

A sociedade como um todo também se beneficia deste movimento. A organização deve então agir de forma honesta com todos aqueles que têm algum tipo de relacionamento com ela. Estão envolvidos nesse grupo os clientes, os fornecedores, os sócios, os funcionários, o governo e a sociedade como um todo. Seus valores, rumos e expectativas devem levar em conta todo esse universo de relacionamento e seu desempenho também devem ser avaliados quanto ao seu esforço no cumprimento de suas responsabilidades públicas e em sua atuação como boa cidadã. Deverá incluir em sua estratégia de negócios o apoio a objetivos de interesse social e de responsabilidade pública, como: melhoria na educação, assistência médica, excelência na proteção ambiental, conservação de recursos naturais, serviços comunitários, melhoria das práticas industriais e organizacionais, intercâmbio de informações relacionadas com a qualidade, a promoção da cultura, do esporte e do lazer e do desenvolvimento nacional, regional ou setorial.

As pessoas têm que entender que ética pode ser aplicada no mundo dos negócios. Com ela, a empresa ganha a credibilidade dos parceiros comerciais e funcionários.

Apresentamos cinco dicas básicas para a inserção da ética na cultura das empresas:

- A primeira é que o exemplo deve vir de cima, com a diretoria e as chefias demonstrando preocupação com o sucesso da empreitada.
- A empresa deve definir o que entende por ética, montando um código de conduta.
- A terceira medida é treinar funcionários e dirigentes para a prática da teoria registrada no manual.
- Avaliar o histórico dos candidatos a funcionários, para selecionar os mais afinados com o novo padrão.

- É preciso criar estratégias e mecanismos concretos para a implantação do conceito na empresa.

5. ÉTICA

5.1 HISTÓRIA SOBRE A ÉTICA

A ética é um tema antigo na história do homem e da sua eterna busca por respeito e integridade nas relações.

O assunto da ética pode variar conforme o ambiente, a situação e a cultura, mas está presente na vida de cada um o tempo todo, tanto nas relações pessoais quanto nas profissionais.

Ao contrário do que possa parecer, a conduta ética e os preceitos morais não são temas novos, surgidos diante dos escândalos do mundo contemporâneo, eles já eram estudados na Antiguidade. Filósofos como Sócrates, Platão e Aristóteles (a quem devemos a palavra ética) debatiam esses assuntos com seus seguidores.

Além disso, para se ter uma idéia, cerca de 600 a. C, no Egito e na Assíria, já havia regulamentação e orientação das decisões comunitárias com base em preceitos morais. Depois, o judaísmo, o cristianismo, o budismo, o hinduísmo, o islamismo, e as demais religiões deram continuidade a essa busca por estabelecer linhas de conduta calcadas em preceitos éticos e morais.

5.2. DEFINIÇÃO DE ÉTICA.

Ethos é uma palavra grega que significa costume, modo habitual de conduta, caráter. Todavia, faz-se necessário não confundir ética de moral, pois ambos são mecanismos racionais que conferem respeito e boa condução às relações humanas.

As questões éticas mesmo sendo um assunto tão antigo e mutável são essenciais para a vida do ser humano. A ética é o que traça sua linha de conduta. Ela está o tempo todo presente em sua vida familiar, no ambiente profissional e em cada minuto do seu dia. Desde o momento em que você acorda, e levanta da cama, você é constantemente abordado por situações que colocam à prova seu comportamento ético.

Algumas situações relevantes sobre a ética podem ser distorcidas pela sua consciência. O grande desafio para isto é ter uma postura ética sem exceções. Por mais que tentemos encontrar justificativas para os nossos atos, temos que respeitar regras gerais, validas para todos e em qualquer circunstância.

Se quisermos ser respeitados integralmente como cidadãos, devemos ter uma atitude integralmente ética com relação à sociedade onde estamos e vivemos.

Os valores éticos estão presentes o tempo todo em nossas vidas. Fazem parte da nossa rotina e do nosso modo de pensar e agir. E podem ser flagrados nas pequenas coisas, nos mínimos gestos.

Se fizermos uma análise da definição do que vem a ser ética: “Ética é a ciência que tendo por objetivo essencial o estudo dos sentimentos e juízos de aprovação e desaprovação absoluta realizados pelo homem acerca da conduta e da vontade”. (Giovanni Vidari).

5.3 EVOLUÇÃO DO CONCEITO DE ÉTICA NOS NEGÓCIOS E NAS EMPRESAS

Enquanto a ética **profissional** está voltada para as profissões, os profissionais, associações e entidades de classe do setor correspondente, a ética empresarial atinge as empresas e organizações em geral. A empresa necessita desenvolver-se de tal forma que a ética, a conduta ética de seus integrantes, bem como os valores e convicções primários da organização se tornem parte de sua cultura.

Por isso, vale a pena conhecer como evoluiu o **conceito de ética** nas empresas e nos negócios.

5.3.1 DÉCADA DE 60

Uma das primeiras preocupações éticas no âmbito empresarial de que se tem conhecimento revela-se pelos debates ocorridos especialmente nos países de origem alemã, na década de 60. Pretendeu-se elevar o trabalhador à condição de participante dos conselhos de administração das organizações.

5.3.2 DÉCADA DE 60/70

O ensino da Ética em faculdades de Administração e Negócios tomou impulso nas décadas de 60 e 70, principalmente nos Estados Unidos, quando alguns filósofos vieram trazer sua contribuição. Ao complementar sua formação com a vivência empresarial, aplicando os conceitos de Ética à realidade dos negócios, surgiu uma nova dimensão: a *Ética Empresarial*.

5.3.3 DÉCADA DE 70

Os primeiros estudos de Ética nos Negócios remontam aos anos 70, quando nos Estados Unidos o Prof. Raymond Baumhart realizou a primeira pesquisa sobre o tema, junto a empresários. Nessa época, o enfoque dado à Ética nos Negócios residia na conduta ética pessoal e profissional.

Nesse mesmo período, ocorreu a expansão das multinacionais oriundas principalmente dos Estados Unidos e da Europa, com a abertura de subsidiárias em todos os continentes. Nos novos países em que passaram a operar, choques culturais e outras formas de fazer negócios conflitavam, várias vezes, com os padrões de ética das matrizes dessas companhias, fato que incentivou a criação de códigos de ética corporativos.

5.3.4 DÉCADA DE 80

Durante a década de 80 foram identificados, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, esforços isolados, principalmente de professores universitários, que se dedicaram ao ensino da Ética nos Negócios em faculdades de Administração, e em programas de MBA - Master of Business Administration.

A primeira revista científica específica na área de administração, denominou-se: "Journal of Business Ethics".

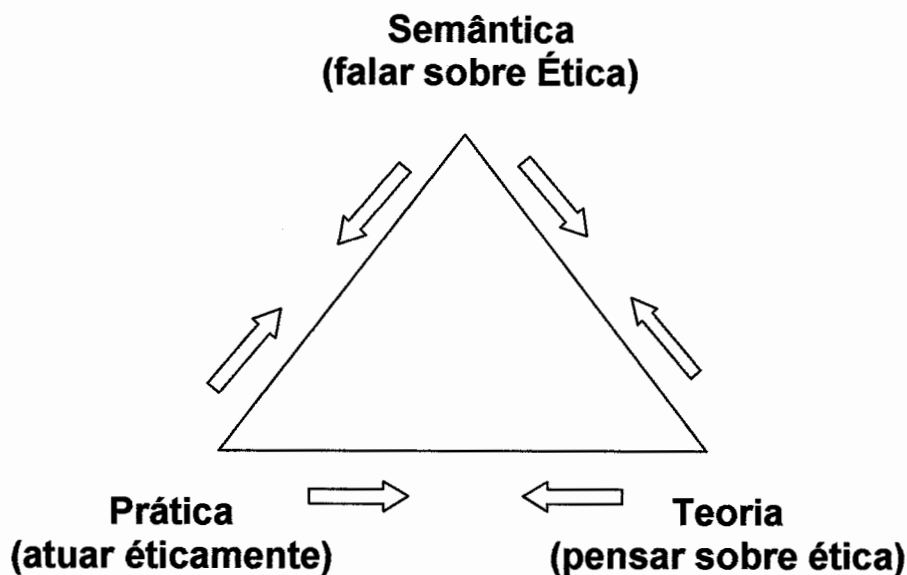
5.3.5 DÉCADA DE 80/90

No início da década de 90, redes acadêmicas foram formadas, quais sejam: a Society for Business Ethics nos EUA, e a EBEN - European Business Ethics Network na Europa, originando outras revistas especializadas, a Business Ethics Quarterly (1991) e a Business Ethics e a European Review (1992). As reuniões anuais destas associações permitiram avançar no estudo da Ética, tanto conceitualmente quanto em sua aplicação às empresas.³

Nesta mesma ocasião ampliou-se o escopo da Ética Empresarial, universalizando o conceito. Visando à formação de um fórum adequado para essa discussão foi criada a ISBEE - International Society for Business, Economics, and Ethics. A rica contribuição de

³ Arruda, Maria Cecília Coutinho, e outros. Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

todos os continentes, regiões ou países, deu origem a publicações esclarecedoras, informativas e de profundidade científica. Por este Instituto, ressaltou-se a existência de três modos inter-relacionados de abordagem da ética no âmbito das empresas:



Alguns temas específicos se delinearam, como um foco de preocupação internacional: corrupção, liderança e as responsabilidades corporativas.⁴

5.3.6 FIM DO MILÊNIO

Criaram-se as ONGs (Organizações Não Governamentais) que desempenharam importante papel no desenvolvimento econômico, social e cultural de muitos países.

Atualmente, a boa empresa não é apenas aquela que apresenta lucro, mas a que também oferece um ambiente moralmente gratificante, em que as pessoas boas podem desenvolver seus conhecimentos especializados e também suas virtudes.

⁴ Arruda, Maria Cecília Coutinho, e outros. Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

5.3.7 ÉTICA EMPRESARIAL NA AMÉRICA LATINA

Esforços isolados vinham sendo empreendidos por pesquisadores e professores universitários, ao lado de subsidiárias de empresas multinacionais em toda a América Latina, quando o Brasil foi palco do I Congresso Latino Americano de Ética, Negócios e Economia, em julho de 1998. Nessa ocasião foi possível conhecer as iniciativas no campo da ética nos negócios, semelhanças e diferenças entre os vários países, especialmente da América do Sul.

Da troca de experiências acadêmicas e empresariais, da identificação criada entre os vários representantes de países latinos presentes, da perspectiva de se dar continuidade aos contatos para aprofundamento de pesquisas e sedimentação dos conhecimentos específicos da região em matéria de ética empresarial e econômica, emergiu a idéia de formação de uma rede. Foi, então, fundada a ALENE - Associação Latino-americana de Ética, Negócios e Economia.

5.3.8 ÉTICA EMPRESARIAL NO BRASIL

Em São Paulo, a ESAN - Escola Superior de Administração de Negócios, primeira faculdade de administração do país, fundada em 1941, privilegiou o ensino da ética nos cursos de graduação desde seu início.

Em 1992, o MEC - Ministério da Educação e Cultura sugeriu formalmente que todos os cursos de administração, em nível de graduação e pós-graduação, incluíssem em seu currículo a disciplina de ética. Nessa ocasião, o CRA - Conselho Regional de Administração através de seus representantes e dos representantes das faculdades de administração, se comprometeram a seguir a instrução do MEC.

Também, em 1992, a Fundação Getulio Vargas, em São Paulo, criou o CENE - Centro de Estudos de Ética nos Negócios. Depois de vários projetos de pesquisa desenvolvidos com empresas, os próprios estudantes da EAESP-FGV - Escola de

Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas, solicitaram a ampliação do escopo do CENE, para abarcar organizações do governo e não governamentais. Assim, a partir de 1997, o CENE passou a ser denominado Centro de Estudos de Ética nas Organizações e introduziu novos projetos em suas atividades. O CENE-EAESP-FGV foi um pólo de irradiação da ética empresarial, por suas intensas realizações no Brasil e no exterior: ensino, pesquisas, publicações e eventos.

5.4 OS DILEMAS DA ÉTICA.

5.4.1 MEDO OU CONFIANÇA?

O que é mais forte, o medo ou a confiança?

A ética tem muito a ver com sustentar compromissos, não trair a confiança dos demais. É isto que mostra a Teoria dos Jogos popularizada no filme *Uma Mente Brilhante*, onde cada um busca o melhor para si, e todos perdem. A tentação de minimizar a perda individual acaba na maioria das vezes levando à perda coletiva. Esse impasse só é rompido quando se consegue construir um nível de confiança que supere o medo de arriscar. Quando os mesmos negociadores interagem repetidas vezes, há um grande capital, acumulado pelo somatório de atitudes anteriores, ou seja, a ética tem de ser construída coletivamente.

5.4.2 ÉTICA, RESPONSABILIDADE E AS PALAVRAS

Sabe-se que, desde a antiguidade, o ser humano nem sempre usa o dom da palavra com sabedoria. A todos é dada a oportunidade de falar e se expressar, porém sem a necessária precaução, pode-se se criar um juízo de valor, e a honra daquele é jogada lá embaixo.

E não só isso, dependendo como são usadas as palavras, principalmente na mídia, que tem uma enorme responsabilidade social, o dano pode ser irreversível, pois como se sabe *"para construir uma imagem, leva-se uma vida; para mantê-la, uma eternidade; para perdê-la, alguns segundos. E para recuperá-la, nunca mais"*. A mídia deve se ater sempre à qualidade ética e a expressão de cidadania. A dignidade da pessoa humana prevalece sobre a liberdade de imprensa, sobre tudo num país como o nosso, o Brasil, em que a democracia solidária implica direitos e deveres.

Por fim, vale lembrar que o oportunismo e o imediatismo da informação ou da opinião não podem estar acima da ética e da ponderação do uso das palavras.

5.4.3 SER UM PROFISSIONAL ÉTICO

Agir corretamente, hoje, não é só uma questão de consciência, mas também um dos quesitos fundamentais para quem quer ter uma carreira longa, respeitada e sólida.

No nosso dia-a-dia, os sete pecados capitais, isto é, luxúria, ira, inveja, gula, preguiça, soberba e avareza, servem como uma espécie de parâmetro para o bom ou mau comportamento em sociedade. Todavia, no mundo corporativo, a falta de ética poderia muito bem entrar nesta listagem. É sabido que a maioria das pessoas age com honestidade simplesmente porque querem dormir com a consciência tranqüila, ou então, porque tem medo das consequências que podem resultar de atos ilegais ou contrários à ética.

O fato é que cada vez mais essa é uma qualidade fundamental para quem se preocupa em ter uma carreira promissora. Aquele que está sempre atento às implicações ética de cada decisão, consegue desistir de uma empresa pouco confiável antes de se queimar, ou melhor, queimar a sua carreira.

Enfim, o que é ser um profissional ético? Ser ético nada mais é do que agir direito, proceder bem, sem prejudicar os outros. Nas palavras do Professor da USP que lançou o

livro "*Ética Empresarial*" - ser ético é ser altruísta, e estar tranqüilo com a consciência pessoal.

Porém não é apenas isto, pois ser ético é também agir de acordo com os valores morais de uma determinada sociedade. Essas regras morais são resultado da própria cultura de uma comunidade. Elas variam de acordo com o tempo e com a localização. A regra ética é uma questão de atitude, de escolha. Em contraposição, a regra jurídica não requer uma convicção interna, pois as leis têm de ser cumpridas independentemente da vontade das pessoas. E mais, além de ser uma atitude individual, qualquer decisão ética tem por trás um conjunto de valores fundamentais, dos quais cito alguns:

- **Ser honesto em qualquer situação:** A honestidade é a primeira virtude no mundo dos negócios, porque a credibilidade é resultado de uma relação franca.
- **Ter coragem para assumir as decisões:** mesmo que seja preciso ir contra a opinião da maioria.
- **Ser tolerante e flexível:** Isto significa que precisamos ouvir as pessoas e avaliar a situação antes de julgar a idéia alheia.
- **Ser íntegro:** significa agir de acordo com os seus princípios e valores, mesmo naqueles momentos mais difíceis.
- **Ser humilde:** só assim é que conseguimos ouvir o que os outros têm a dizer e reconhecer, o sucesso individual é resultado do trabalho da equipe.

Ninguém está obrigando que as empresas resolvam as coisas de forma milagrosa, ou deixem de alcançar seus objetivos. O fato é que várias organizações estão se convencendo de que, para o negócio sobreviver, terão de agir com mais atenção com relação à ética.

As organizações são formadas por pessoas e só existem por causa delas. Assim sendo, por trás de cada decisão ou de qualquer erro, sempre estarão seres humanos (os responsáveis pelas glórias e fracassos das organizações). Por isso, quando se fala em

empresa ética, quer se referir a pessoas éticas. E caso uma empresa tenha uma política interna mal definida por um funcionário, este estará atingindo certamente nos maiores patrimônios da companhia, que são a MARCA e a IMAGEM que ela possui.

Desta forma, tanto os funcionários como os consumidores exigem que as empresas sejam éticas, e recriminam aquelas que não são. Porém, não são apenas estas pessoas que a recriminam, pois cabe também ao investidor abandoná-la, pegando seu dinheiro e investindo em outro lugar.

Para saber se uma empresa é ou não ética, não basta observar o seu comportamento na hora da crise. Muito pelo contrário, é preciso verificar a maneira como ela se planeja e cria soluções para evitar deslizes. A prevenção é a palavra de ordem em qualquer empresa que valorize a ética nos seus negócios e no ambiente de trabalho. Regras claras de condução dos negócios e de relacionamento de equipe são fundamentais. E para que isto aconteça, são os líderes que devem dar os primeiros passos, isto é, ser o exemplo das boas maneiras.

Ser ético para uma companhia também é valorizar a sociedade, a participação e o comprometimento dos funcionários. Porém nem sempre é assim tão fácil, pois quando se fala em ética, sempre existe uma zona obscura, onde muitas vezes é quase que impossível encontrar uma saída.

A ética gera questões extremamente delicadas, e que, normalmente, envolvem o lado subjetivo das pessoas. Portanto, não existe uma "receita" universal, pronta e eficaz para resolver as questões que envolvem ética. Cada caso é um caso. A decisão sempre varia de pessoa a pessoa - cada um tem os seus limites, impostos por suas crenças, valores, e leis, e deve segui-los da forma que achar melhor.

5.4.4 O QUE FAZER EM SITUAÇÕES DUVIDOSAS?

Através de uma pesquisa realizada pela *Revista Você S.A (Julho 2000)*, eis algumas estratégias que podem ajudar àquele que se encontra em uma difícil situação.

➤ **Saiba exatamente quais são os seus limites éticos.**

Refleta sempre sobre a situação, e não faça nada que não possa assumir em publico.

➤ **Avalie detalhadamente os valores da sua empresa.**

Verifique se eles combinam com os seus valores pessoais. Se sim, ótimo, pois está no lugar certo para trabalhar. Se não, há duas saídas, ou você sai da empresa ou tenta mudar as regras.

➤ **Trabalhe sempre com base em fatos.**

Se não for assim, você está julgando a situação baseada em suposições, o que poderão ser facilmente derrubadas.

➤ **Avalie os risco de cada decisão que tomar.**

Meça cuidadosamente as conseqüências do seu ato em relação a todos os envolvidos.

➤ **Saiba que, mesmo ao optar pela solução mais ética, poderá se envolver em situações delicadas.**

Muitos podem ir contra a sua decisão, e você pode correr risco de sofrer ameaças.

➤ **Ser ético significa, algumas vezes, perder dinheiro, status e benefícios.**

Atualmente, estamos vivendo em um ambiente em que ter comportamentos duvidosos podem parecer normais. Porém não é isto que queremos, queremos que pequenos delitos não sejam apoiados e até elogiados por colegas ou familiares. Queremos sociedades mais éticas, assim como naquelas empresas tradicionais, onde as pessoas criavam-nas porque queriam mudar o mundo e não encher os seus bolsos e levar vantagem em tudo.

Ainda sobre este tema, quanto à pesquisa realizada pelo site da **Revista Você S. A** (Julho 2000), [http:// vocesa.com.br](http://vocesa.com.br), e que dos 11.955 votos apurados, pudemos identificar que:

- Mais de 70% dos participantes disseram que às vezes pegam a caneta BIC do colega, mas devolvem quando percebem que ela não é sua;
- Quatro a cada cinco votantes disseram que não demitiriam um (a) funcionário (a) talentoso (a) por medo de que ele (a) tomasse seu lugar;
- Quase a metade dos participantes respondeu que já disse, ou sabe de alguém que disse, ao cliente que o serviço ficaria pronto na data acertada, mesmo sabendo que não poderia cumprir o prazo;
- Pouco mais da metade dos votantes assumiu que já faltou ao trabalho e disse ao chefe que estava doente;
- Um em cada cinco participantes disse que "roubaria" a idéia de um subordinado;
- Quatro em cada dez participantes disseram que já pediram ao garçom para aumentar o valor da nota do almoço ou conhecem alguém que já fez isso;
- Praticamente 40% dos votantes afirmaram que dão risada (ou sabem de alguém que já fez isso) das piadas do chefe mesmo quando elas não são engraçadas;

Diante do exposto, conclui-se que agir éticamente dentro ou fora da empresa sempre foi e será uma decisão pessoal. Uma vez que você tenha despertado para o assunto, ele sempre tenderá a ser considerado nas suas decisões, tornando-se um processo permanente, e sem fim. É claro que sempre estamos sujeitos a erros e deslizes. Porém nunca se esqueça de que esse costuma ser um caminho sem volta, para o bem ou para o mal.

6. CONCLUSÃO.

A palavra ética possui dois significados principais: disciplina integrante da ciência da Filosofia e conjunto de regras.

Como parte da Filosofia, a Ética é o estudo das avaliações do ser humano em relação às suas condutas ou às dos outros. Essas avaliações são feitas sob a ótica do bem e do mal, de acordo com um critério que geralmente é ditado pela **moral**.

Como conjunto de regras, a ética é o rol dos conceitos aplicáveis às ações humanas, que fazem delas atitudes compatíveis com a concepção geral do bem e da moral.

Em seu sentido de maior amplitude, a Ética tem sido entendida como a ciência da conduta humana perante o ser e seus semelhantes.

Envolve, pois, os estudos de aprovação ou desaprovação da ação dos homens e a consideração de valor como equivalente de uma medição do que é real e voluntarioso no campo das ações virtuosas.

A importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 80, com a redução das hierarquias e a conseqüente autonomia dada às pessoas. Hoje, mais do que nunca, a atitude dos profissionais em relação às questões éticas pode ser a diferença entre o seu sucesso e o seu fracasso.

A ética gera questões extremamente delicadas e, na maioria das vezes, de foro íntimo. Não existe uma receita universal, pronta e completamente eficaz para resolvê-las. A decisão sempre varia de pessoa para pessoa, de consciência para consciência. Cada um tem os seus limites, impostos por suas crenças e pelas leis, e deve seguí-los.

As pessoas, em geral, de forma inconsciente, convivem com duas éticas simultaneamente – a ética individual, como pessoa física, e a ética empresarial, no desempenho de papéis e funções organizacionais. Decisões éticas são, por princípio, dilemas. No mundo dos negócios, eles são complicados pelo fato de que os benefícios da conduta ética são em geral intangíveis, e os custos, imediatos. ***“Se o comportamento ético desse retorno financeiro, todos já o teriam adotado”*** afirma Décio Zylbersztajn, chefe do programa de agribusiness da USP.

Resta às empresas assumirem que, mudar o comportamento ético no Brasil é um desafio que precisa ser enfrentado corretamente, que é difícil e trabalhoso, mas que vale a pena. Soluções prontas não conseguem levar a uma melhoria ética da empresa. É preciso desenvolver uma nova perspectiva capaz de habilitar dirigentes e funcionários a lidarem com as questões de natureza ética.

A grande responsabilidade pelo padrão ético das empresas é da alta administração, pois são os dirigentes que detêm maior liberdade e poder de decisão. De que forma um funcionário, sem liberdade e poder, pode mudar uma decisão antiética vinda de seu superior?

A conduta ética será tanto mais aperfeiçoada quanto mais descentralizadas forem as decisões ou, alternativamente, quanto mais participação houver no processo decisório. Sem confiança interna dificilmente será possível a existência de um padrão ético. Se existir a pressuposição que as pessoas tendem a cometer desvios em suas decisões e ações, é impossível um comportamento ético desejável. Todo processo de qualidade total é essencialmente um processo ético.

Fica claro que a reflexão ética é um processo de aprendizagem permanente, que exige participação integral e intensiva de todos que estão na empresa, tanto como o é à busca da qualidade.

Para conclusão deste trabalho sobre a implantação de um código de ética ou conduta ética, acredito ser de grande importância à reformulação do papel das empresas e organizações no que diz respeito à educação, treinamento e desenvolvimento de seus empregados. É da maior importância o papel que essas empresas podem absorver como agentes de educação de recursos humanos e de transformação positiva da sociedade em que estão inseridas.

É de fundamental importância que as empresas adotem métodos de treinamentos, aplicações de cursos, seminários no sentido de orientar seus colaboradores para a Ética.

Temos que buscar novos valores e transcender os valores da empresa. Qualidade, respeito a clientes e colaboradores são coisas legais, interessantes, mas temos de ir além disso.

Com a globalização da economia e o advento "modismos" como Qualidade Total e Reengenharia temos de aprofundar nossos questionamentos e responder a indagações do tipo: "é justo conseguir produtividade, produtividade e mais produtividade, apoiados em alta tecnologia, mas às custas do desemprego de milhares de pessoas?"

O debate quanto às questões éticas está se ampliando muito e temos de extrapolar os limites de nossas áreas de conhecimento para poder responder as questões que estão surgindo.

Falar de educação para a ética é falar também de educação para a cidadania. Uma empresa é feita por cidadãos que vivem numa comunidade, por isso, ela também precisa participar positivamente da vida da comunidade.

Uma fábula...

“Certa vez um homem chegou até Sócrates e disse”:

- ❖ Mestre, escute-me, pois tenho que lhe contar algo importante a respeito de seu amigo!
- ❖ Espera um pouco — interrompe o sábio — fez passar aquilo que quer contar, pelas três peneiras?
- ❖ Que três peneiras, Mestre?
- ❖ Então escute bem! A primeira é a peneira da Verdade. Está convicto de que tudo que quer dizer-me é verdade?
- ❖ Não exatamente, Mestre. Somente o ouvi de outros.
- ❖ Mas então certamente fez passar pela segunda peneira. Trata-se da peneira da Bondade.

- ❖ O homem ficou ruborizado e respondeu:
- ❖ Devo confessar-lhe que não, Mestre.
- ❖ E pensou na terceira peneira? Seria-me útil o que quer falar a respeito de meu amigo? Seria esta a peneira da Utilidade.
- ❖ Útil? Na verdade, não.
- ❖ Vê? — disse-lhe o sábio — se aquilo que quer contar-me não é Verdadeiro, nem Bom, nem Útil, então é melhor que o guarde somente para ti.

“Difícil não é fazer o que é certo, é descobrir o que é certo fazer”.

(Robert Henry Srouer)

7. BIBLIOGRAFIA.

ARRUDA, Maria Cecília Coutinho, e outros. *Fundamentos de Ética Empresarial e Econômica*. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

CHALITA, Gabriel. *Os Dez Mandamentos da Ética*, Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2003.

ÉTICA – O Que Se Fala No Mundo Corporativo E Os Verdadeiros Dilemas, Que Pouca gente Enxerga – por David Cochen. *Revista EXAME*. São Paulo: Edição 792 – Ano 37 – n ° 10 – 14 maio 2003.

ÉTICA RESPONSABILIDADE E AS PALAVRAS, de Alberto Silveira Rodrigues.
Jornal Folha de São Paulo – Tendências e Debates – Abril/2003.

MOREIRA, Joaquim Manhães. *A Ética Empresarial no Brasil* – revisão Janice Yunes.
São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SÁ, Antonio Lopes de. *Ética Profissional*. 4ª edição, São Paulo, Ed. Atlas, 2001.

SROUR, Robert Henry. *Ética Empresarial*. Editora: Campus.

VOCÊ É UM PROFISSIONAL ÉTICO? - por Dalen Jacomino. *Revista VOCÊ S. A.*: Julho de 2000.

Consulta ao Código de Ética do Banco Itaú S.A, disponível em:
http://www.itaubr.com.br/seguranca_privacidade/etica.htm

Consulta ao Código de Ética e Conduta do Banco HSBC – *Compliance* – Centro de Treinamento e Área de Desenvolvimento. BR 376 – Km 645 – São José dos Pinhais – Paraná

Consulta ao Terms and Conditions- Business Ethics- The Volvo Way- The Volvo Leadership- da Volvo Company – de 31 de Outubro de 2001.

*Vigie seus pensamentos, porque eles se
tornarão palavras*

*Vigie suas palavras, porque elas se tornarão
atos*

*Vigie seus atos, porque eles se tornarão seus
hábitos*

*Vigie seus hábitos, porque eles se tornarão seu
caráter*

*Vigie seu caráter, porque ele será o seu
destino.*

(poeta anônimo americano)

ANEXO A

Código de Ética - BANCO ITAÚ S.A

Introdução

Os princípios éticos que orientam nossa atuação também fundamentam nossa imagem de empresa sólida e confiável.

Este Código de Ética reúne as diretrizes que devem ser observadas em nossa ação profissional para atingirmos padrões éticos cada vez mais elevados no exercício de nossas atividades. Reflete nossa identidade cultural e os compromissos que assumimos nos mercados em que atuamos.

Abrangência.

Este Código de Ética aplica-se a todos os administradores e funcionários do Banco Itaú Holding Financeira S.A. e das empresas por ele controladas.

Princípios Gerais.

A Instituição tem a convicção de que, para se consolidar e desenvolver, deve partir de objetivos empresariais e princípios éticos precisos que sejam compartilhados pelos administradores e funcionários da Empresa.

Somos uma Instituição que atua no mercado financeiro visando ao desenvolvimento contínuo, à liderança de performance e à satisfação dos nossos clientes. Está entre nossos objetivos mais importantes mantermos a reputação de empresa sólida e confiável, consciente de nossa responsabilidade social e empresarial, que persegue resultados de forma honesta, justa, legal e transparente.

Nossa ação deve ser sempre marcada pela integridade, confiança e lealdade, bem como pelo respeito e valorização do ser humano, em sua privacidade, individualidade e dignidade.

Repudiamos qualquer atitude guiada por preconceitos relacionados a origem, raça, religião, classe social, sexo, cor, idade, incapacidade física e quaisquer outras formas de discriminação.

Acreditamos na importância da responsabilidade social e empresarial, como Empresa comprometida com as comunidades em que atua, e que tal responsabilidade é exercida plenamente quando contribuimos com ações em prol do desenvolvimento do Brasil.

Administradores e funcionários devem ter o compromisso de zelar pelos valores e pela imagem da Instituição, de manter postura compatível com essa imagem e esses valores e de atuar em defesa dos interesses dos clientes e da Empresa. A busca pelo desenvolvimento da nossa Empresa deve se dar com base nesses princípios, com a confiança de que nossas ações são guiadas pelos mais elevados padrões éticos e estrito respeito à legalidade.

Responsabilidades dos Administradores

Cabe ao Presidente e aos principais Executivos da Empresa, no exercício de suas atividades:

- Promover e comprometer-se com uma conduta ética e honesta, incluindo tratamento ético em conflitos de interesses de relacionamento pessoal e profissional, sejam efetivos ou potenciais;
- Evitar conflito de interesse e comunicar à Empresa qualquer relacionamento ou transação que possa presumir a existência de conflito dessa natureza;
- Tomar todas as medidas razoáveis para proteger a confidencialidade de informações restritas sobre a Empresa e seus clientes, obtidas ou criadas em decorrência de suas atividades e prevenir a divulgação não-autorizada de tais

informações, a menos que requeridas por lei vigente, regulamento ou processo legal ou regulatório;

- Produzir de forma completa, legítima, correta, oportuna e compreensível os relatórios e documentos enviados ou apresentados ao Banco Central e outros órgãos reguladores, além de outras comunicações públicas feitas pela Empresa;
- Relatar prontamente ao Comitê de Auditoria qualquer possível violação a essas diretrizes;
- Evitar qualquer ação que, direta ou indiretamente, tenha influência fraudulenta, coercitiva, manipuladora ou enganosa para com auditores independentes, com o propósito de gerar declaração financeira enganosa da Empresa.

Integridade Profissional e Pessoal

Empregue, no exercício das suas funções, a mesma atitude que qualquer pessoa honrada e de caráter íntegro empregaria na relação com outras pessoas e na administração dos seus próprios negócios.

Atue sempre em defesa dos melhores interesses da Instituição, mantendo sigilo sobre negócios e operações da Empresa, assim como sobre os negócios e informações de seus clientes.

É fundamental que suas atitudes e comportamentos reflitam sua integridade pessoal e profissional e não coloquem em risco sua segurança financeira e patrimonial ou a da Empresa.

Avalie cuidadosamente situações que possam caracterizar conflito entre os seus interesses e os da Empresa e/ou conduta não aceitável do ponto de vista ético - mesmo que não causem prejuízos tangíveis à Instituição.

Em particular, NÃO são aceitáveis as seguintes condutas:

- Relações comerciais, na condição de representante da Instituição, com empresas em que você ou pessoas de seu relacionamento familiar ou pessoal tenham interesse ou

participação - direta ou indireta, sem autorização do superior hierárquico, no nível mínimo de Gerente A ou equivalente;

- Manter relações comerciais particulares, de caráter habitual, com clientes ou fornecedores.
- Relações comerciais eventuais com clientes ou fornecedores não são proibidas, mas devem ser comunicadas previamente, por escrito, ao seu superior ou ao Oficial de Controles Internos e Riscos da sua Área; a inadimplência em seus negócios pessoais;
- Usar seu cargo, função ou informações sobre negócios e assuntos da Instituição ou de seus clientes, para influenciar decisões que venham a favorecer interesses próprios ou de terceiros;
- Aceitar ou oferecer, direta ou indiretamente, favores ou presentes de caráter pessoal, que resultem de relacionamento com o Banco e que possam influenciar decisões, facilitar negócios ou beneficiar terceiros. Presentes não enquadrados nessa situação, mas que excedam o valor limite estipulado na Circular Normativa RP-29, devem ser informados por escrito ao Oficial de Controles Internos e Riscos da sua Área;
- Qualquer atitude que discrimine as pessoas com quem mantemos contato profissional, em função de cor, sexo, religião, origem, classe social, idade ou incapacidade física;
- Contratar parentes sem autorização do superior imediato; indicar a contratação de parentes ou levar outra pessoa a indicá-los, sem informar o fato ao responsável pela contratação;
- Usar equipamentos e outros recursos da Instituição para fins particulares, não autorizados;
- Envolver-se em atividades particulares, não autorizadas, que interfiram no tempo de trabalho dedicado à Empresa;
- Usar para fins particulares ou repassar a terceiros tecnologias, metodologias, know-how e outras informações de propriedade da Instituição ou por ela desenvolvidas ou obtidas;
- Manifestar-se em nome da empresa quando não autorizado ou habilitado para tal;
- Comprar ou vender ações da Instituição com base em informações que não sejam do conhecimento público.

São exemplos de conduta esperada e compatível com os valores da Empresa e a busca por resultados:

- Reconhecer honestamente os erros cometidos e comunicar imediatamente seu superior hierárquico;
- Questionar as orientações contrárias aos princípios e valores da Empresa;
- Apresentar críticas construtivas e sugestões visando aprimorar a qualidade do trabalho.

Relações com Clientes.

O compromisso com a satisfação de nossos clientes deve refletir-se no respeito aos seus direitos e na busca por soluções que atendam a seus interesses, sempre em consonância com os objetivos de desenvolvimento e rentabilidade da Instituição.

Atenda aos clientes com cortesia e eficiência, oferecendo informações claras, precisas e transparentes. O cliente deve obter respostas, mesmo que negativas, às suas solicitações, de forma adequada e no prazo por ele esperado.

Evite dar tratamento preferencial a quem quer que seja por interesse ou sentimento pessoal.

Relações com Acionistas.

O relacionamento com os acionistas deve basear-se na comunicação - precisa, transparente e oportuna - de informações que lhes permitam acompanhar as atividades e a performance da Instituição, bem como na busca por resultados que tragam impactos positivos no valor de mercado da Empresa.

Proteja as informações ainda não divulgadas publicamente que possam afetar a cotação de nossas ações ou influenciar as movimentações do mercado e decisões de investimentos.

É vedado aconselhar a compra e venda de ações da Instituição com base em informações que não sejam do conhecimento público.

Relações no Ambiente de Trabalho.

As relações no ambiente de trabalho devem pautar-se pela cortesia e respeito. Colabore para que predomine o espírito de equipe, a lealdade, a confiança, a conduta compatível com os valores da Instituição e a busca por resultados.

Quando no papel de gestor de pessoas, tenha em mente que seus funcionários o tomarão como exemplo. Suas ações, assim, devem constituir modelo de conduta para sua equipe.

Não se admite o uso do cargo para solicitar favores ou serviços pessoais a subordinados.

É fundamental reconhecer o mérito de cada um e propiciar igualdade de acesso às oportunidades de desenvolvimento profissional existentes, segundo as características, competências e contribuições de cada funcionário. Não se admite nenhuma decisão que afete a carreira profissional de subordinados baseada apenas em relacionamento pessoal.

Relações com o Setor Público.

Observe os mais elevados padrões de honestidade e integridade em todos os contatos com administradores e funcionários do setor público, evitando sempre que sua conduta possa parecer imprópria. Abstenha-se de manifestar opinião sobre atos ou atitudes de funcionários públicos ou de fazer comentários de natureza política.

Ao defender os interesses da Instituição, aja com confiança nos padrões de atuação da nossa Empresa e observe sempre os mais elevados princípios éticos e o respeito às leis e normas vigentes.

Relações com Fornecedores.

A escolha e contratação de fornecedores devem sempre ser baseadas em critérios técnicos, profissionais, éticos e nas necessidades da Empresa, devendo ser conduzidas por meio de

processos pré-determinados, tais como concorrência ou cotação de preços, que garantam a melhor relação custo-benefício.

Evite negócios com fornecedores de reputação duvidosa.

Os mesmos padrões de conduta devem ser aplicados no relacionamento com outras instituições financeiras que nos prestam serviços ou das quais a Instituição é cliente.

Relações com Concorrentes.

A concorrência leal deve ser o elemento básico em todas as nossas operações e relações com outros bancos e instituições do mercado financeiro. Nossa competitividade deve ser exercida com base nesse princípio.

Não devem ser feitos comentários que possam afetar a imagem dos concorrentes ou contribuir para a divulgação de boatos sobre eles.

Trate as demais instituições financeiras com o mesmo respeito com que a Empresa espera ser tratada.

É proibido fornecer informações de propriedade da Instituição a concorrentes.

Conduta Diante de Dúvidas ou de Ações Contrárias aos Princípios e Normas do Código .

Os problemas éticos, em sua maioria, não são criados pelas próprias pessoas, mas surgem diante delas, obrigando-as a enfrentá-los. As linhas gerais deste Código permitem avaliar grande parte das situações, mas não detalham, necessariamente, todos os problemas que podem surgir em seu dia-a-dia. Assim, eventualmente, poderão surgir dúvidas sobre qual deve ser a conduta mais correta a adotar. Nesses casos, procure ajuda de forma sincera e transparente.

Comunique imediata e formalmente ao seu Diretor Executivo ou ao Oficial de Controles Internos e Riscos da sua Área, sempre que você se sentir ou estiver em situação que possa caracterizar conflito de interesses, ou quando suspeitar ou tiver conhecimento de fatos que possam prejudicar a Empresa ou que contrariem ou pareçam contrariar os princípios deste Código. Ao fazer isto, você está se preservando, cumprindo seu dever e reforçando os princípios éticos da Empresa.

Quando não for possível, por quaisquer circunstâncias, informar adequadamente seu superior hierárquico ou o Oficial de Controles Internos e Riscos de sua Área, entre em contato com a Gerência de Inspeção.

Gestão do Código de Ética.

A gestão do Código de Ética cabe à Diretoria de Auditoria, que é responsável por sua comunicação, atualização e aplicação, bem como por oferecer subsídios para as decisões do Comitê de Ética.

Comitê de Ética.

Cabe ao Comitê de Ética avaliar permanentemente a atualidade e pertinência deste Código, bem como determinar as ações necessárias para a divulgação e disseminação dos mais elevados padrões de conduta ética dentro da Instituição.

Compete, ainda, ao Comitê assumir o julgamento de casos de violação do Código de Ética de maior gravidade e deliberar sobre dúvidas de interpretação do texto.

A composição do Comitê de Ética está descrita na Circular Normativa Permanente AG-17 - Normas de Conduta do Conglomerado Itaú.

Disposições Finais.

A divulgação e o cumprimento das normas de conduta estão dispostos na Circular Normativa Permanente AG-17 - Normas de Conduta do Conglomerado Itaú. Este normativo traz, em seu anexo D-1, texto integral deste Código de Ética.

ANEXO B

Código de Ética do Sistema Petrobrás.

- ✓ Introdução
- ✓ Objetivos do Código de Ética
- ✓ Princípios Éticos do Sistema Petrobrás.
- ✓ Código de Conduta

Introdução.

A ÉTICA é o ideal de conduta humana, desenvolvido em conjunto com o processo civilizacional, que orienta cada ser humano sobre o que é bom e correto e o que deveria assumir, orientando sua vida em relação a seus semelhantes, visando ao bem comum.

A ética de nossa sociedade e a ética empresarial são inseparáveis, algumas vezes indistinguíveis. Nossas preocupações diárias com a eficiência, competitividade e lucratividade não podem prescindir de um comportamento ético.

A ética no trabalho orienta não apenas o teor das decisões (o que devo fazer) como também o processo para a tomada de decisão (como devo fazer).

A adoção de princípios éticos e comportamentos refletem o tipo de organização da qual fazemos parte e o tipo de pessoa que somos. Nosso respeito pelas diferenças individuais e a preocupação crescente com a responsabilidade social, onde inserimos as questões de segurança, meio-ambiente e saúde no cotidiano da nossa gestão empresarial refletem as relações do Sistema Petrobrás com seus empregados e para com a sociedade.

Cada indivíduo tem o seu próprio padrão de valores. Por isso, torna-se imperativo que cada empregado faça sua reflexão, de modo a compatibilizar seus valores individuais com os valores do Sistema Petrobrás, expressos nos Princípios Éticos.

Deve agir, em seu relacionamento com colegas de trabalho, clientes e sociedade, de acordo com o Código de Conduta, conjunto de comportamentos, fundamentados nos Princípios Éticos, a serem adotados por todos os empregados do Sistema Petrobrás, independentemente do cargo ou função que ocupem.

Em sua atuação, o empregado deve levar em consideração, ainda, a legislação aplicável, os Códigos de Ética das categorias profissionais, o Código de Boas Práticas da Petrobrás, o Plano Estratégico e as normas internas do Sistema Petrobrás. Diante de situações não previstas, deve ser escolhida sempre a alternativa que gere maior retorno ou benefício para o Sistema Petrobrás e a sociedade.

Princípios Éticos e Código de Conduta compõem o Código de Ética do Sistema Petrobrás.

Objetivos do Código de Ética.

Ser uma referência, formal e institucional, para a conduta pessoal e profissional de todos os empregados do Sistema Petrobrás, independentemente do cargo ou função que ocupem, de forma a tornar-se um padrão de relacionamento interno e com os seus públicos de interesse: acionistas, clientes, empregados, sindicatos, parceiros, fornecedores, prestadores de serviços, concorrentes, sociedade, governo e as comunidades onde atua.

Viabilizar um comportamento ético pautado em valores incorporados por todos, por serem justos e pertinentes.

Reduzir a subjetividade das interpretações pessoais sobre princípios morais e éticos.

Fortalecer a imagem do Sistema Petrobrás e de seus empregados junto aos seus públicos de interesse.

Princípios Éticos do Sistema Petrobrás.

A honestidade, a dignidade, o respeito, a lealdade, o decoro, o zelo, a eficácia, a transparência e a consciência dos princípios éticos são os valores maiores que orientam a relação do Sistema Petrobrás com seus públicos de interesse.

A atuação do Sistema Petrobrás busca atingir níveis crescentes de competitividade e rentabilidade, sem descuidar da responsabilidade social, que é traduzida pela valorização de seus empregados enquanto seres humanos, pela priorização às questões de saúde, segurança, preservação do meio-ambiente, e por sua contribuição ao desenvolvimento das regiões ou países em que atua.

As informações veiculadas interna ou externamente pelo Sistema Petrobrás devem ser verdadeiras, visando a uma relação de respeito e transparência com seus públicos de interesse.

O Sistema Petrobrás considera que a vida particular dos empregados é um assunto pessoal, desde que as atividades deles não prejudiquem a sua imagem ou os seus interesses.

No Sistema Petrobrás, as decisões contemplam a justiça, a legalidade, a competência e a honestidade.

O Sistema Petrobrás promove práticas de gestão que fortalecem a motivação, satisfação e comprometimento de seus empregados.

O Sistema Petrobrás tem por prática entender que, quando ocorre, o erro deve ser utilizado como fonte de aprendizado, oportunizando a eliminação das causas e evitando sua repetição.

Código de Conduta

Este código, fundamentado nos princípios éticos do Sistema Petrobrás, orienta a conduta pessoal e profissional de todos os seus empregados, independentemente de cargo ou função que ocupem, e regula seu relacionamento com colegas de trabalho, clientes e sociedade.

1 - RELAÇÃO NO TRABALHO

1.1 - No exercício do cargo ou função, os empregados do sistema Petrobrás:

Buscam o melhor resultado global para o Sistema Petrobrás, mantendo sempre uma atitude transparente, de respeito e colaboração com os colegas de trabalho, representantes dos empregados e os públicos de interesse.

Exercem suas funções e autoridade, com espírito empreendedor e de superar desafios, visando aos interesses do Sistema Petrobrás.

Não usam cargo, função, atividade, facilidades, posição e influência com o fim de obter qualquer favorecimento para si ou para outrem.

Não criam dificuldades artificiais no exercício de seu cargo, função ou atribuição, com o objetivo de supervalorizar sua atuação profissional.

Exercem suas atribuições com efetividade, eliminando situações que levem a erros ou a atrasos na prestação do serviço.

Respeitam a propriedade intelectual.

Não alteram nem deturpam o teor de qualquer documento, informação ou dados.

Promovem ações que possibilitam melhorar a comunicação interna.

Não participam de sorteios promocionais externos feitos pelas empresas do sistema Petrobrás.

Enfatizam a integração e o desenvolvimento de trabalhos em equipe.

Promovem o envolvimento de todos na realização dos objetivos estratégicos do Sistema Petrobrás.

1.2 - No relacionamento com gerentes e colegas, os empregados do sistema Petrobrás:

Agem de forma cortês, com disponibilidade e atenção a todas as pessoas com que se relacionam, respeitando as diferenças individuais.

Na sua vida profissional, agem sempre de forma leal com colegas ou gerentes.

Reconhecem os méritos relativos aos trabalhos desenvolvidos por colegas ou gerentes.

Não prejudicam a reputação de colegas ou gerentes por meio de julgamentos preconceituosos, falso testemunho, informações não fundamentadas ou qualquer outro subterfúgio.

Não buscam obter troca de favores que aparentem ou possam dar origem a qualquer tipo de compromisso ou obrigação pessoal.

Estimulam a manifestação de idéias, quando alinhadas com os objetivos das empresas do Sistema Petrobrás e discutidas em fóruns próprios, mesmo que representem mudança significativa no status.

1.3 - Em relação a preconceitos, os empregados do sistema Petrobrás:

Promovem o bem de todos, sem preconceitos de origem, raça, sexo, cor, idade e quaisquer outras formas de discriminação.

1.4 - Quanto às intimidações, os empregados do sistema Petrobrás:

Não as toleram, bem como não toleram ameaças ou assédios de qualquer tipo.

Não se submetem a situações de assédio moral (entendido como o ato de desqualificar repetidamente, por meio de palavras, gestos ou atitudes, a auto-estima, a segurança ou a imagem do empregado em função do vínculo hierárquico) e denunciam o assediador.

Respeitam a hierarquia, porém informam imediatamente à gerência superior qualquer comportamento irregular, desde que devidamente fundamentado.

Comunicam imediatamente aos seus superiores hierárquicos, para as providências cabíveis, qualquer aliciamento, ato ou omissão que julgam contrários ao interesse do sistema Petrobrás. Não cedem a pressões que visem à obtenção de vantagens indevidas.

1.5 - Em relação a críticas, os empregados do sistema Petrobrás:

Consideram as críticas construtivas, feitas às claras e através dos canais adequados, como uma demonstração de lealdade ao sistema Petrobrás e aos colegas.

1.6 - Quanto à tolerância ao erro, os empregados do sistema Petrobrás:

Aprendem com base nos seus próprios erros ou de outrem, eliminando suas causas e evitando sua repetição.

Quando se consideram não capacitados para executar alguma tarefa, procuram os colegas, gerentes e supervisores a fim de obter os meios para superar essas limitações.

Avaliam sistematicamente seus erros e acertos, com a participação da gerência imediata e dos supervisores, visando melhorar continuamente a qualidade de seu trabalho.

1.7 - Quanto ao gerenciamento de desempenho:

O Sistema Petrobrás garante a seus empregados o direito de conhecer os resultados da avaliação do seu desempenho. Para isso, adota um processo transparente de gerenciamento de desempenho, com orientação individual ao empregado sobre assuntos que, direta ou indiretamente, afetem seu trabalho.

O Sistema Petrobrás garante aos seus empregados o direito de conhecer os critérios de progressão funcional e a sua avaliação decorrente desses critérios.

1.8 - Quanto ao comprometimento das pessoas:

O Sistema Petrobrás reconhece o esforço de seus empregados para melhorar o resultado do trabalho, praticando o elogio como forma de valorizar os seus desempenhos.

1.9 - Quanto a informações pessoais e funcionais:

O Sistema Petrobrás garante que informações pessoais, inclusive médicas e sobre benefícios, são restritas ao próprio empregado e ao pessoal responsável pela guarda, manutenção e tratamento dessas informações. As solicitações, análises e repasses dessas informações somente são feitas por quem tem a legitimidade para tanto, nos exatos termos da legislação e disposições normativas, bem como para fazer prova em juízo, de acordo com orientação da área jurídica.

O Sistema Petrobrás garante ao empregado acesso às suas informações funcionais.

O Sistema Petrobrás deve ser permanentemente atualizada sobre dados pessoais de seus empregados.

1.10 - Quanto ao direito a esclarecimentos:

O Sistema Petrobrás assegura a seus empregados o direito de solicitar e receber esclarecimentos sobre direitos e vantagens na Companhia.

1.11 - Quanto ao ambiente de trabalho:

Os direitos individuais são legítimos e respeitados, e sempre compatibilizados com o bem-estar coletivo e a representatividade do Sistema Petrobrás.

O Sistema Petrobrás garante a seus empregados um ambiente de trabalho adequado, visando à segurança, à higiene, à saúde e ao bem-estar.

Os empregados do Sistema Petrobrás podem suspender a realização de atividades, após tomar as medidas corretivas, caso haja situações em que a vida e/ou integridade física sua e/ou de seus colegas de trabalho se encontre em risco grave e iminente, comunicando o fato imediatamente ao seu superior hierárquico.

No exercício de suas atividades, os empregados do Sistema Petrobrás preservam o patrimônio das empresas traduzido em termos de equipamentos, materiais, informações tecnológicas e estratégicas e facilidades operacionais.

1.12 - Quanto à utilização do correio eletrônico, os empregados do sistema Petrobrás:

Utilizam o correio eletrônico para assuntos pertinentes ao seu trabalho, cuidando sempre da segurança da informação e não disseminam mensagens que possuem conteúdos ilegais, pornográficos, racistas e de cunho religioso ou político.

1.13 - Quanto à aparência pessoal :

O Sistema Petrobrás recomenda que os empregados procurem levar em conta o tipo de atividade que executam, o público com o qual entram em contato e os hábitos culturais e empresariais da região ou país onde trabalham.

2 – RELAÇÃO COM A SOCIEDADE

2.1 - No atendimento a clientes, parceiros, fornecedores e concorrentes, os empregados do Sistema Petrobrás:

Tratam clientes, parceiros, fornecedores e concorrentes de maneira respeitosa e cordial, procurando aperfeiçoar os processos de comunicação e de relacionamento.

Não deixam clientes e fornecedores à espera de solução, mantendo-os informados das ações que estão em curso para atendê-los.

Não utilizam artifícios que causem atrasos ou prejuízos ao exercício regular do direito dos fornecedores, clientes, prestadores de serviços e outros.

2.2 - Na veiculação de informações a clientes, parceiros, fornecedores e concorrentes, os empregados do Sistema Petrobrás:

Divulgam sempre as informações verdadeiras, disponibilizando-as de forma igualitária para todos os interessados. Quando não estão autorizados a responder a uma consulta, informam isto ao demandante.

Repassam as informações públicas transmitidas pelas empresas do Sistema Petrobrás, de forma isonômica, a todos os interessados, e pautando-se em procedimentos e análises fundamentados.

Só repassam documentos ao público externo quando devidamente autorizados pela esfera competente das empresas do Sistema Petrobrás, sempre identificando a autoria.

Não divulgam informações estratégicas e de caráter sigiloso.

2.3 - Quando em conflito de interesses, os empregados do Sistema Petrobrás:

Não se envolvem em qualquer atividade que seja de interesse conflitante com os negócios do Sistema Petrobrás.

Não prestam assistência técnica ou consultoria de qualquer espécie a fornecedores, clientes e prestadores de serviços atuais do Sistema Petrobrás ou àqueles que estejam em processo de ingresso no cadastro ou, ainda, àqueles que estejam participando de licitações, exceto quando formalmente autorizados pelas respectivas gerências.

Não se envolvem em quaisquer atividades que conflitem com o horário de trabalho, sua atenção e tempo ao Sistema Petrobrás.

Não utilizam recursos do Sistema Petrobrás (apostilas, transparências, informações, micros, impressoras, horário de trabalho, etc.) para atender a interesses particulares.

No exercício de suas atividades profissionais, não emitem comentários sobre a atuação de concorrentes ou sobre a qualidade ou desempenho de seus produtos, pois sabem que, ocorrendo situações em que seja necessária uma manifestação formal do Sistema Petrobrás sobre este tema, ela será de iniciativa exclusiva da Diretoria Executiva das empresas que o compõem.

2.4 - Quanto às vantagens pessoais, os empregados do Sistema Petrobrás:

Não aceitam convites de caráter pessoal para hospedagens, viagens e outras atrações que possam gerar danos à imagem e/ou aos interesses do Sistema Petrobrás.

Não se deixam influenciar na tomada de uma decisão em consequência de relações pessoais com clientes, fornecedores, parceiros e concorrentes.

Não mantêm relações comerciais privadas com clientes, fornecedores, parceiros e concorrentes do Sistema Petrobrás nas quais venham a obter privilégios pessoais em razão de cargo ou função ocupados.

Não se constituem em sócio, gerente, assessor, procurador ou intermediário em qualquer entidade que transacione ou que seja competidora de empresas do Sistema Petrobrás na produção de bens e serviços.

Não pleiteiam, solicitam, provocam, sugerem ou recebem qualquer tipo de ajuda financeira, gratificação, prêmio, comissão, doação, presente ou vantagem de qualquer espécie, para si, seus familiares ou qualquer outra pessoa, para o exercício de suas atividades profissionais ou para influenciar outro colega para o mesmo fim.

Não fazem uso de informações a que tenham acesso em decorrência de sua atribuição ou função, a fim de obter vantagem pessoal para parentes ou terceiros.

Não permitem que o relacionamento com ex-empregados do Sistema Petrobrás, através de relações comerciais ou pessoais, venha a influenciar qualquer decisão das empresas do Sistema ou a propiciar o acesso a informações privilegiadas.

Não fazem indicações de consultorias ou de candidatos para o preenchimento de quadro de pessoal de clientes, fornecedores ou parceiros com os quais se relacionam profissionalmente.

Não aceitam presentes de clientes, fornecedores, parceiros e concorrentes, excetuando-se brindes claramente identificados e sem valor comercial significativo. Presentes de valor significativo que, por qualquer motivo, não possam ser devolvidos serão obrigatoriamente incorporados ao patrimônio do Sistema Petrobrás.

2.5 - Na relação com os acionistas, os empregados do Sistema Petrobrás:

Buscam atingir níveis crescentes de competitividade e rentabilidade, de modo a remunerar os acionistas de forma justa e compatível com o capital investido.

2.6 - Na relação com a imprensa, os empregados do Sistema Petrobrás:

Quando concedem entrevistas, publicam artigos ou utilizam qualquer outra forma de manifestação pública de caráter pessoal, preservam os interesses e a imagem do Sistema Petrobrás.

Não utilizam os instrumentos institucionais para se pronunciarem publicamente.

Não se pronunciam sobre informações estratégicas e de caráter sigiloso.

Ocupantes de funções de confiança não se pronunciam sobre informações estratégicas e de caráter sigiloso, exceto com autorização específica do Diretor da Área.

2.7 - Na relação com os Sindicatos:

O Sistema Petrobrás mantém com os Sindicatos uma relação de respeito e não pratica qualquer tipo de discriminação aos empregados sindicalizados.

2.8 - Na relação com a Comunidade:

O Sistema Petrobrás procura apoiar as ações voltadas para o exercício da cidadania e para o desenvolvimento local, regional e nacional, em especial aquelas direcionadas para a melhoria das condições de vida das comunidades onde tem atividades.

3 – COMPROMISSO COM A ÉTICA.

3.1 - Considerando o seu exercício da cidadania, os empregados procuram sempre respeitar as leis, normas, procedimentos e o Código de Ética.

3.2 - As violações aos Princípios Éticos ou ao Código de Conduta são passíveis de aplicação de medidas disciplinares, previstas nas normas das empresas que compõem o Sistema Petrobrás.